

# Businessplan

---

Fehrenbach Franca-Sofia  
Türk Oliver  
Ortoff Martin



in Zusammenarbeit mit



Die Klasse wurde in sechs Gruppen, zu je drei Leuten, aufgeteilt. Jede Gruppe erhielt den Auftrag, über mögliche mobile Spiele für PDAs und Handys, unter Einbezug von GPRS, nachzudenken.

## Das Problem

Montag, 03.11.2008

---

### Bewertungskriterien

Jedes der Kriterien bewerteten wir von 0% bis 100% je nachdem ob sie erfüllt wurden, oder nicht. Es wurde folgende Bewertungskriterien für das Problem erstellt:

- ❖ Beliebtheitsgrad
- ❖ Marktchancen
- ❖ Zielgruppen (1,42% pro Lebensjahr)
- ❖ Umsetzbarkeit
- ❖ Konkurrenz
- ❖ gesetzliche Grundlagen (0% schwer Durchsetzbar – 100% sicher Durchsetzbar)

### Produktbereich

- ❖ In dem ersten Spiel ging es darum, dass es irgendwo einen Bereich gibt in den die Spieler des Spiels eindringen müssen. Der Fänger hat die Aufgabe die Spieler zu suchen, und sobald er einen gesehen hat, in den besagten Bereich zurück zu laufen. Schafft er es den Bereich vor dem Spieler zu erreichen, ist der Spieler gefangen. Schafft es der Spieler den Bereich noch vor dem Fänger zu erreichen, ist sowohl er als auch alle anderen Gefangenen wieder frei und der Fänger hat verloren. Es wird dann ein anderer Fänger bestimmt.
- ❖ In dem zweiten Spiel gibt es zwei Gruppen von Spielern: die Gendarmen und die Räuber. Am Anfang des Spiels verteilen sich die Räuber, während die Gendarmen eher in Gruppen zusammen bleiben um die Räuber zu fangen. Wenn ein Räuber von einem oder mehreren Gendarmen gefangen wurde, wird er von ihnen zu dem Gendarmenposten zurück gebracht und dort gefangen genommen. Sollte dieser Posten einmal unbewacht sein, hat ein Räuber die Möglichkeit seine Kameraden zu befreien. Gewinnen können im Prinzip nur die Gendarmen in dem sie alle Räuber fangen. Wenn sie dies nach einer bestimmten Zeit nicht schaffen, gewinnen die Räuber.
- ❖ Das dritte Spiel ist eine Art Strategiespiel. Es geht darum, dass jeder Spieler in einem Bereich der Welt startet und eine Karte von dem jeweiligen Gebiet zugewiesen bekommt. Zusätzlich wird eine „virtuelle Welt“ erstellt, in der die beiden Gebiete zusammengefügt (die wirklichen Karten sind hier nichtmehr sichtbar). Auf der virtuellen Karte sind die meisten Teile verdeckt (unerforschte Gebiete). Der Spieler hat nun die Möglichkeit zur wirklichen Straßenkarte zu wechseln und sich in dort zu bewegen. Je nachdem wie weit und in welche Richtung er sich bewegt, werden Teile der virtuellen Welt aufgedeckt und so für ihn zugänglich gemacht. Ziel des Spiels ist es, seinen Gegner mit militärischen Mitteln zu vernichten.

- ❖ Beim vierten Spiel handelt es sich um eine bereits bekannte Idee. Bevor das Spiel beginnt legt man ein gewisses Areal fest in dem das Spiel abläuft. Das Gebiet wird genau in der Mitte geteilt, so dass jedes der beiden Teams eine Hälfte bekommt. Es gibt 2 Teams in diesem Spiel, wobei es bei jedem Team einen Leiter gibt. Der Leiter hat die Aufgabe zu Beginn eine Position für die Flagge des Teams festzulegen. Haben dies beide Teams erledigt, kann das Spiel beginnen. Das Team hat die Aufgabe die Flagge von Team B zu stehlen und zu dem Platz ihrer eigenen Flagge zurück zu bringen. Hat ein Team jetzt die Flagge, kann das Team, dem die Flagge gehört, versuchen die Flagge zurück zu holen indem sie dem gegnerischen Flaggenträger fängt. Ist er gefangen, wird die Flagge zurückgesetzt.

## Endauswahl des Problems

### Zerstört das Kreuz

- ❖ **Beliebtheitsgrad** – da dies ein beliebtes Spiel unter Kindern und auch Jugendlichen ist, wäre auch eine Handyversion für die „neue Generation“ denkbar.  
**60%**
- ❖ **Marktchancen** – da es doch relativ viel Aufwand ist ein PDA oder Handy für ein solches Spiel zu verwenden ist die Marktchance wahrscheinlich nicht so hoch. Außerdem ist es relativ kostenintensiv wenn sich jeder Mitspieler ein PDA oder Handy zulegen muss.  
**30%**
- ❖ **Zielgruppen** – das Spiel würde wohl vor allem von Kindern, Jugendlichen und vielleicht auch Studenten gespielt werden. Erwachsene Spieler würden hier wohl kaum zu finden sein, deswegen hier auch nur eine kleine Zielgruppe.  
**42%**
- ❖ **Umsetzbarkeit** – da das Spiel nicht viel Aufwand wäre, ist es auch wahrscheinlich, dass es ohne Probleme umsetzbar ist.  
**90%**
- ❖ **Konkurrenz** – da es wohl kaum solche Spiele für PDAs und Handys gibt, ist auch die Konkurrenz demnach klein.  
**100%**
- ❖ **gesetzliche Grundlagen** – die gesetzlichen Grundlagen für solch ein Spiel sollten wohl gegeben sein, daher sollte es hier keine Probleme geben  
**100%**

### Räuber und Gendarmen

- ❖ **Beliebtheitsgrad** – da dies ein beliebtes Spiel unter Kindern und auch Jugendlichen ist, wäre auch eine Handyversion für die „neue Generation“ denkbar. Die Frage ist hier nur, warum man dies gerade per GPRS spielen sollte.  
**50%**
- ❖ **Marktchancen** – hier ist wieder die Frage, ob sich das Produkt wirklich durchsetzen würde, weil wer ein so einfaches Spiel spielt schon mit einem PDA oder Handy.  
**30%**
- ❖ **Zielgruppen** – das Spiel würde wohl vor allem von Kindern und Jugendlichen gespielt werden. Erwachsene Spieler würden hier wohl kaum zu finden sein, deswegen hier

noch eine kleinere Zielgruppe als beim Produkt vorher.

**28,4%**

- ❖ **Umsetzbarkeit** – da das Spiel nicht viel Aufwand wäre, ist es auch wahrscheinlich, dass es ohne Probleme umsetzbar ist.

**90%**

- ❖ **Konkurrenz** – da es wohl kaum solche Spiele für PDAs und Handys gibt, ist auch die Konkurrenz demnach klein.

**100%**

- ❖ **gesetzliche Grundlagen** – die gesetzlichen Grundlagen für solch ein Spiel sollten wohl gegeben sein, daher sollte es hier keine Probleme geben

**100%**

## Warfare

- ❖ **Beliebtheitsgrad** – da ähnliche Spiele am PC oder auf Konsolen bereits ziemlich erfolgreich sind, wäre auch eine Handy oder PDA Variante denkbar. Deswegen hier ein hoher Beliebtheitsgrad.

**90%**

- ❖ **Marktchancen** – da das Produkt umfangreicher ist, als die beiden vorigen Spiele und bei Spieler wohl gut ankommen würde, hat es wohl hohe Marktchancen.

**75%**

- ❖ **Zielgruppen** – hier handelt es sich nicht um ein einfaches Fangenspiel, sondern um ein Strategie und Aufbauspiel. Deswegen erweitert sich hier die Zielgruppe auf Erwachsene auch. Das ergibt in Summe einen höheren Prozentsatz bei den Zielgruppen, da hier Kinder, Jugendliche und Erwachsene bis maximal 40 denkbar sind.

**56,8%**

- ❖ **Umsetzbarkeit** – hier handelt es sich um ein wesentlich aufwendigeres Spiel als die beiden Spiele zuvor. Es ist viel mehr Aufwand ein solches Spiel zu designen und zu programmieren als einfache Fangenspiele. Deswegen gibt es hier auch weniger Prozente als zuvor.

**60%**

- ❖ **Konkurrenz** – es gibt bereits einige Spiele für Handys und möglicherweise auch PDAs, jedoch sind uns keine bekannt, welche die Möglichkeiten von GPRS einbinden.

**100%**

- ❖ **gesetzliche Grundlagen** – die gesetzlichen Grundlagen für solch ein Spiel sollten wohl gegeben sein, daher sollte es hier keine Probleme geben

**100%**

## Capture the flag

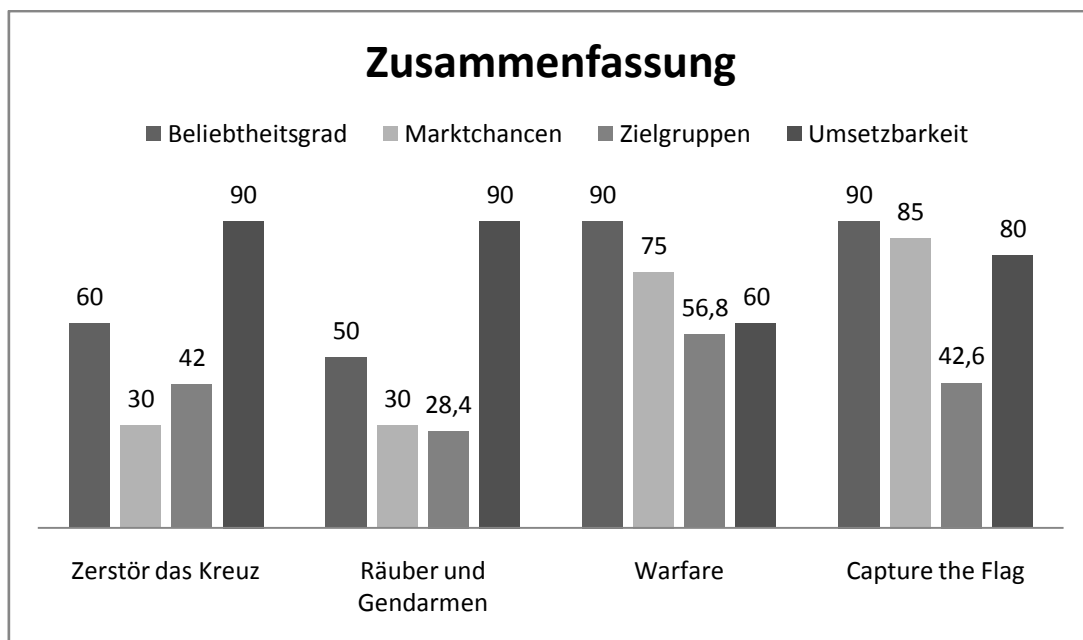
- ❖ **Beliebtheitsgrad** – Hoch da es in vielen Spielen schon teilweise vorhanden ist. Dieses System würde sich auch gut per GPRS spielen lassen.

**90%**

- ❖ **Marktchancen** – Eigentlich gute Marktchancen, da es recht einfach umzusetzen ist und dabei doch relativ beliebt ist.

**85%**

- ❖ **Zielgruppen** – es handelt sich hier zwar um ein einfacheres Spiel (wie fangen), aber es gehört mehr Strategie und Teamarbeit dazu, um sein Team zum Sieg zu verhelfen. Die Zielgruppen wären hier wesentlich Kinder und Jugendliche.  
**56,8%**
- ❖ **Umsetzbarkeit** – Da das Produkt relativ simpel ist, wäre auch die Durchführung kein großes Problem.  
**80%**
- ❖ **Konkurrenz** – die Idee ist schon zahlreich vorhanden und teilweise in anderen Spielen eingebaut, jedoch ist uns keine Version mit GPRS bekannt.  
**100%**
- ❖ **gesetzliche Grundlagen** – die gesetzlichen Grundlagen für solch ein Spiel sollten wohl gegeben sein, daher sollte es hier keine Probleme geben  
**100%**



## Entscheidung

Dienstag 04.11.2008

Aufgrund der obigen Bewertung haben wir uns für das Spiel Capture the Flag entschieden. Das Spiel wird wie oben beschrieben und soweit wie möglich umgesetzt.

# Genaue Spielbeschreibung

---

Ein Spieler hat die Möglichkeit ein Spiel zu starten. Sobald ein Spiel offen ist, haben Spieler in der Umgebung die Möglichkeit dem Spiel beizutreten.

Bevor das Spiel beginnt, wird ein Gebiet festgelegt in dem das Spiel stattfinden wird. Sobald das Areal feststeht, wird es in zwei gleich große Hälften eingeteilt.

Es gibt zwei Teams in diesem Spiel, wobei jedes Team eine der besagten Hälften zugeteilt bekommt. Zu Beginn wird ein Teamleiter bestimmt, der die Fähigkeit besitzt, eine Flagge zu platzieren. Die Flagge kann allerdings nicht am Rand des eigenen Spielfelder platziert werden, sondern es muss ein gewisser Abstand eingehalten werden. Das Ziel des Spiels ist es, die gegnerische Flagge zu stehlen und sie in die eigene Spielhälfte zu bringen.

Bevor das Spiel nun beginnt, werden automatisch die Gefängnisse sowie die dazugehörigen Schlüssel für die Gefängnisse generiert.

Ein Spieler kann nun sich nun in die gegnerische Spielhälfte begeben und dort die Flagge des Gegners zu stehlen und sie zurück zu bringen. Ein Team gewinnt das Spiel, nachdem es eine bestimmte Anzahl von Flaggeneroberungen durchgeführt hat.

Das gegnerische Team hat nun die Möglichkeit sich die Flagge zurück zu holen, in dem sie den Flaggenträger des gegnerischen Teams. Wird dieser Spieler nun erwischt, kommt er in das gegnerische Gefängnis. Der Gefangene kann durch Mitspieler seines eigenen Teams befreit werden, allerdings nur wenn der Spieler der seine Mitspieler befreien will einen Schlüssel für ein Gefängnis besitzt. Die Befreiten können erst wieder in das Spiel eingreifen, nachdem sie in ihre eigene Hälfte zurückgekehrt sind.

In einem gewissen Bereich um die Flagge herum ist es gegnerischen Fängern untersagt, den Flaggenträger zu fangen.

Spieler die gefangen sind, können aus dem Gefängnis nur mithilfe eines Schlüssels befreit werden. Dieser Schlüssel wird irgendwo zufällig auf der Karte eingezeichnet und kann dann von einem Spieler aufgehoben werden. Hat dieser Spieler den Schlüssel, hat er die Möglichkeit das Gefängnis aufzusperren.

## I. Executive Summary

Später

## II. Geschäftsidee

Das Projekt soll vor allem an Jugendliche und junge Erwachsene gerichtet sein. Da die Technik der mobilen Endgeräte immer besser wird, werden wir auch Technologien wie GPS, welche viele Möglichkeiten bieten, einsetzen.

Unser Spiel wird sich von normalen Computerspielen oder Handyspielen dahingehend unterscheiden, dass wir ein normales Computerspiel mit körperlicher Bewegung verbinden.

Was unser Spiel von anderen ähnlichen Produkten unterscheidet, ist der Einsatz von GPS. Da diese Technologie laufend verbessert wird und auch immer mehr mobile Endgeräte bereits GPS-Funktionen anbieten, denken wir, dass unser Produkt vollkommen umsetzbar ist.

Es gibt zwar bereits einige Firmen bzw. Spiele am Markt die ähnliche Spiele anbieten, jedoch ist der Anteil der Spiele am Markt mit GPS Unterstützung ziemlich rar.

Wie groß die Nachfrage für unser Produkt sein wird, können wir noch nicht wissen, wir gehen jedoch davon aus, dass es sich wahrscheinlich nicht um ein Produkt handelt, dass sich übermäßig gut verkaufen wird.

## III. Unternehmensziele

Unser Ziel ist es vor allem ein Spiel zu entwickeln, dass die Möglichkeiten von normalen Computerspielen bzw. PDA Spielen mit körperlicher Bewegung, unter Verwendung von GPS, verbinden soll.

Im Laufe des nächsten Jahres soll unser Produkt zumindest fertiggestellt werden. Die Verteilung bzw. das Publishing wird sich voraussichtlich nächstes Jahr nicht mehr ausgehen. Wir gehen davon aus, dass das Produkt erst im Laufe der nächsten zwei Jahre wirklich auf dem Markt sein wird.

Wir hoffen, dass vor allem Technologien wie GPS unser Produkt bekannt machen und Erfolg gewähren. Ein normales Spiel in diesem Gebiet würde sich wohl kaum durchsetzen.

Wir planen eine Kooperation mit Handyherstellern und Netzbetreibern, welche unser Spiel an ihre Kunden verteilen können.

## IV. Markt und Wettbewerb

### *Innovation und technischer Fortschritt*

---

Da unser Produkt in einer relativ schnell wachsenden Branche angesetzt ist, gehen wir davon aus, dass sich in den nächsten Jahren auf dem Gebiet GPS viel verbessern wird und dementsprechend auch die Konkurrenz wächst. Umso besser diese Technologien werden, desto genauer wird unser Spiel funktionieren.

Innovation und technischer Fortschritt stellen einen wesentlichen Teil bei der Entwicklung unseres Produktes dar. Unser Produkt soll sich von anderen Spielen in der mobilen Spielebranche dahingehend unterscheiden, dass wir GPS zur Lokalisierung bestimmter Endgeräte verwenden. Je besser diese Technologien in Zukunft werden, umso mehr wird die Genauigkeit unseres Spieles erhöht.

### *Momentaner Trend*

---

Der momentane Trend bei mobilen Spielen liegt bei Software ohne GPS Ortung. Es gibt auch eine große Zahl von Benutzern, die ihr Endgerät überhaupt nicht zum Spielen benutzen. In den laufenden Jahren wird zu erwarten sein, dass die mobile Spielebranche gewaltig zulegen wird und sogar teilweise schon die PC- und Konsolenspiele übertreffen wird.

### *Unser Wettbewerbsvorteil*

---

Unser Spiel unterscheidet sich eben durch Einsatz von GPS von anderen Spielen aus dieser Sparte. Wir hoffen dadurch einen gewissen Vorteil gegenüber anderen Produkten zu haben. Natürlich werden sich auch andere Produkte in diese Richtung entwickeln, jedoch haben wir zumindest einen Startvorteil.

### *Zielgruppen*

---

Unsere Zielkundengruppen sind in erster Linie bewegungsfreudige Jugendliche, sowie frühe Erwachsene, die genug vom öden Büroalltag haben und so die noch vorhandene kindliche Seite im Freien ausleben wollen.

### *Unterscheidung von der Konkurrenz*

---

Zurzeit gibt es noch relativ wenig Konkurrenz auf dem Markt, was sich aber erwartungsweise in den nächsten Jahren ändern wird.



## V. Marketing und Vertrieb

### *Preisgestaltung*

---

Das Produkt sollt natürlich so günstig wie möglich vermarktet werden, um das Produkt für möglichst viele Leute leistbar zu machen.

Es soll der Preis jedoch so hoch gehalten werden, dass unsere Kosten die bei der Entwicklung bzw. Wartung entstehen gedeckt werden und wir keinerlei Kredit aufnehmen müssen um dies zu finanzieren. Später wenn der Kundenkreis bereits aufgebaut ist, kann der Preis gesenkt werden um so die Verkaufszahlen zu erhöhen.

### *Vertriebskanäle*

---

- ❖ Mobilfunknetzbetreiber
- ❖ Internetseiten

### *Anforderungen an die Vertriebskanäle*

---

- ❖ Die Mitarbeiter des jeweiligen Vertriebspartners sollen mit unseren Produkt vertraut sein
- ❖ Es wird vielleicht auch eine Probeversion des Spieles geben, dass zum Beispiel auf 7 Tage beschränkt ist, so dass User unser Produkt testen können.
- ❖ Die Mobilfunkbetreiber sollen Service für unser Produkt anbieten um so eventuell anfallende Probleme lösen zu können.

### *Zeitplan*

---

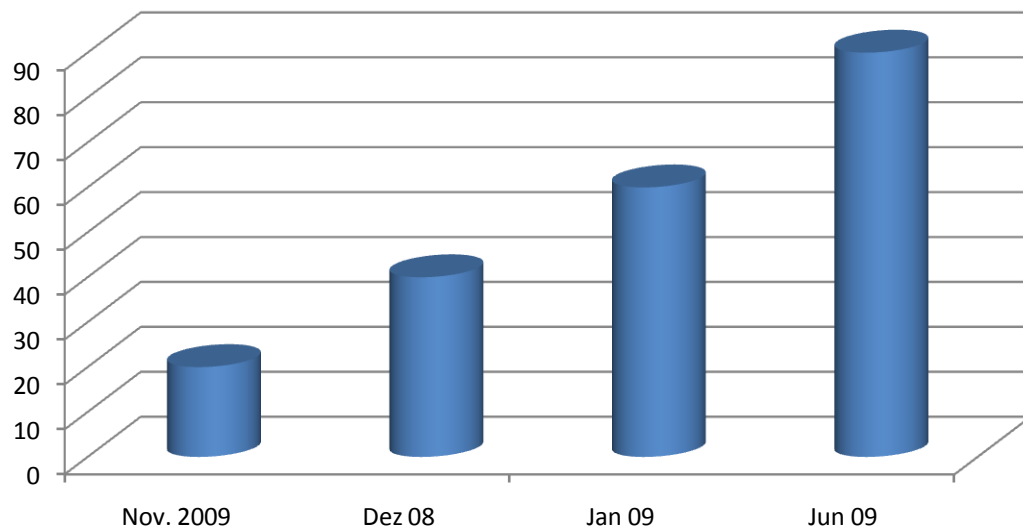
- ❖ **2008, November:**  
Meilenstein 1 (M1)  
Beschreibung der Produktidee und aller Probleme, die bei der Realisierung auftreten können.
- ❖ **2008, Dezember:**  
Meilenstein 2 (M2)  
Entstehung des Geschäftsplanes mit folgenden Punkten
  - Zeitplan
  - Marktpositionierung
  - Vertrieb
  - Finanzierung
  - Umsetzung
  - Aufgabenverteilung
  - Wettbewerbssituation
- ❖ **2009, Januar:**  
Meilenstein 3 (M3)  
Technische Realisierung (Beginn der Programmierphase), Erweiterung der Produktbeschreibung, Erstellen der Datenbanken sowie Einarbeitung in die notwendigen Technologien.

❖ **2009, Juni:**

Meilenstein 4 (M4)

Vorerst fertiges Produkt, Erste richtige Testversuche mit Versuchspersonen, Kooperation mit Vertriebsfirmen, Entscheidung über Werbung sowie Preis

## Realisierung



### Preispolitik

Die Preispolitik ist kostenorientiert. Da so gut wie kein vergleichbares Produkt vorhanden ist, gibt es größeren Spielraum für die Preisgestaltung. Im Wesentlichen richtet sich der Preis nach den Kosten für die Entwicklung, Produktion und Absatz. Sobald viele Käuferschichten über das Produkt informiert sind, besteht die Möglichkeit, dass der Preis für das Spiel gesenkt wird.

### Marktsegmentierung

❖ **Geographische Merkmale**

Der Vertrieb wird vorerst nur in Österreich durchgesetzt. Später dann soll das Produkt innerhalb von Europa (Deutschland, Schweiz, ...) verfügbar sein und schließlich weltweit.

❖ **Demographische Merkmale**

Das Spiel wird für beide Geschlechter entwickelt. Jüngere Menschen werden sich eher angezogen fühlen, da die Bewegung für alte Menschen oft ein Problem darstellt. Das Produkt wird in nächster Zeit nicht für jeden leistbar sein, da man ein mobiles Endgerät mit GPS benötigt. So ein Endgerät ist zurzeit wenig verbreitet und dementsprechend teuer.

❖ **Psychographische Merkmale**

Die Käufer unseres Produktes sind zukunftsorientiert, gesundheitsorientierte und bewegungsfreudige Menschen.

#### ❖ **Verhaltensmerkmale**

Der Kunde ist bereit, neue Produkte auszuprobieren. Mobile Endgeräte sind Geräte täglichen Bedarfs und nach einem stressigen Arbeitstag/Schultag kann ein bisschen Bewegung nicht schaden.

#### ❖ **Kaufanlass**

Software für verspielte, technisch Versierte; Verkaufsartikel des Netzbetreibers an seine Kunden

#### ❖ **Märkte**

Es werden alle Märkte in Anspruch genommen.

#### *Zahlungspolitik*

---

- ❖ Die Software wird an Netzbetreibern vertrieben, welche sie den Kunden wiederrum weiter verkaufen können.
- ❖ Bei so kleinen Beträgen wird Kauf auf Ziel ausgeschlossen, sowie alle Rabatte sind nicht gestattet.
- ❖ Skontoabzug wird nicht gewährt.

#### *Werbung und Kundenbindung*

---

Die Kunden sollen durch erhöhte Kundenzufriedenheit und immer wieder erinnernde Werbung dauerhaft an uns gebunden werden.

#### ❖ **Unsere Strategie:**

- Ausgezeichneter Service und Supportleistungen
- Werbung im Internet, bei den Anbietern und mit Flyern und Pappkarten

## **VI. Unternehmensaufbau**

#### *Partner und Vorteile der Partner*

---

Wir planen eine Partnerschaft mit verschiedenen Mobilfunknetzanbietern einzugehen, um unser Spiel an umfassende Kundenkreise zu verteilen. Durch diese Partnerschaft profitieren wir nicht nur durch Werbung, sondern der dieser Partner hilft und auch besser gegen unserer Kompetenz zu bestehen.

#### *Eigenproduktion und Fremdleistungen*

---

Unsere Partnerfirma soll, soweit möglich, auch teilweise den Support bzw. den Kundendienst unseres Spieles übernehmen, zumindest soweit, dass etwaige anfallende Probleme zu uns weitergeleitet werden.

### Unternehmensstandort

---

Nach Einführung des Produktes soll das Produkt natürlich nicht nur österreichweit, sondern in ganz Europa bzw. weltweit verteilt werden.

## **VII. Organisation und Unternehmerteam**

Umfassende Angaben zu unserem Team entnehmen Sie bitte den beiliegenden Lebensläufen.

Für die Umsetzung unserer Geschäftsidee und den Aufbau unseres Unternehmens sind folgende Erfahrungen und Fähigkeiten unseres Teams von Nutzen

- ❖ Praktische Übungen und Projekte während der Ausbildung an der HTBLVA Villach (EDVO)
- ❖ Erfahrungen aus bisher abgelegten Pflichtpraktiken
- ❖ Herausragende technische Fähigkeiten aller Teammitglieder im Bereich Programmierung und Datenmanagement

Unser Team ist noch relativ unerfahren in folgenden Gebieten

- ❖ Praktische Erfahrungen in Führung eines Betriebes
- ❖ Vermarktung eines Produktes
- ❖ Auftreten in der Geschäftswelt

## **VIII. Umsetzung**

Das Gründerteam arbeitet an der Forschung und Entwicklung. Das Personal für die Produktion wird vorerst nicht zur Verfügung stehen, da die Kosten dafür im Moment nicht gedeckt werden können. Nähere Informationen dazu können dem Finanzplan entnommen werden.

Die kurzfristige Investitionsplanung konzentriert sich auf die Produktion und die Erweiterung des Produkts um weitere Komponenten.

### **Risiken des Produktes**

- ❖ Produkt bleibt unbekannt
- ❖ Kein Gewinn durch den Verkauf
- ❖ Zu hohe Kosten für unser Unternehmen

### **Chancen**

- ❖ Produkt wird am Markt etabliert
- ❖ Hoher Umsatz durch Verkauf unseres Produktes
- ❖ Das Produkt wird sehr beliebt unter den Abnehmern
- ❖ Hohe Verkaufszahlen

Der schlechteste Fall (worst case) der für unser Produkt eintreten könnte, wäre wenn sich alle Risiken bestätigen würden und deshalb unser Produkt keinen Erfolg hätte.

Der beste Fall (best case) der eintreten könnte, wäre wenn sich alle Chancen bestätigen und so unser Produkt bestens am Markt verkauft und unser Unternehmen damit einen möglichst hohen Gewinn erzielt.

### **Realistische Annahme**

Sobald das Produkt fertiggestellt wurde und alle Testläufe abgeschlossen sind, ist unser Produkt bereit zum Verkauf. Vorerst wird der Verkauf innerhalb Österreichs durch Kooperation mit verschiedensten Mobilfunkbetreibern beginnen. Sollte sich unser Produkt gut verkaufen, planen wir einen europaweiten Verkauf zu starten um so mehr Gewinn und einen höheren Umsatz zu erzielen.